

Volumen 2 No. 1. ISSN: En trámite. Periodo: Julio-diciembre 2016. Tepic, Nayarit. México. Páginas: 6-17



**Demanda actual y potencial para desarrollar turismo  
alternativo en el Municipio de Santiago Ixcuintla**

**Autores**

**Glafira Eugenia Altamirano Roldán**

Universidad Tecnológica de la Costa  
grolدان@utdelacosta.edu.mx

**Frasim García González**

Universidad Tecnológica de la Costa

**Gabriela Socorro Navarro Medina**

Universidad Tecnológica de la Costa



## **Demanda actual y potencial para desarrollar turismo alternativo en el Municipio de Santiago Ixcuintla**

### **Autores**

**Glaflira Eugenia Altamirano Roldán**

Universidad Tecnológica de la Costa  
groidan@utdelacosta.edu.mx

**Frasim García González**

Universidad Tecnológica de la Costa

**Gabriela Socorro Navarro Medina**

Universidad Tecnológica de la Costa

### **Resumen**

Santiago Ixcuintla es uno de los municipios con mayor potencial para desarrollar turismo por su gran diversidad de recursos naturales y culturales, pero no cuenta con una oferta turística aceptable ni diversificada.

De acuerdo al diagnóstico del turismo de la Costa Nayarit, de los siete tipos de actividad turística que se desarrollan en el Estado de Nayarit, sólo el 12.64% representa al turismo cultural, el 20.69% al ecoturismo y el 51.72% está destinado para desarrollar actividades de sol y playa, encontrando que si se lleva a cabo una combinación de cultura y ecoturismo, se podrán aprovechar ambos recursos para diversificar el turismo en el municipio; impulsando con ello el desarrollo del turismo alternativo de manera armónica e integral compartiendo esfuerzos y recursos para contribuir en la mejora de los niveles y calidad de vida para las familias así como el desarrollo económico del municipio.

**Palabras clave:** Desarrollo turístico, demanda potencial, turismo alternativo.

### **Abstract:**

Santiago Ixcuintla is one of the municipalities with the greatest potential to develop tourism for its great diversity of natural and cultural resources, but does not have an acceptable or diversified tourist offer.

According to the diagnosis of tourism in the Costa Nayarit , of the seven types of tourism developed in the State of Nayarit , only 12.64 % represents the cultural tourism, 20.69 % to ecotourism and 51.72 % is earmarked for activities sun and beach , finding that if carried out a combination of culture and ecotourism , they will benefit both resources to diversify tourism in the municipality; boosting whit it the tourism alternative development by harmonic and integral way sharing efforts and resources to contribute to improving standards and quality of life for families and the economic development of the municipality.

**Key words:** Turistic development, potencial demand, tourism alternative.

### **Introducción**

El presente trabajo de investigación muestra el estudio que se realizó con el objetivo de identificar la demanda actual y potencial, conocer preferencias, número y gasto de los visitantes así como sus características y tendencias en el municipio de Santiago Ixcuintla, Nayarit en 2015.

En México, según la Secretaría de Turismo, la actividad turística contribuyó en el primer trimestre de 2013 con el 9% del Producto Interno Bruto, generando 7.5 millones de empleos, 2.5 millones de ellos de manera directa. Lo anterior representa que esta industria es la tercera fuente de captación de divisas y participan de esta actividad más de 43 mil empresas.

La historia del desarrollo del turismo en el mundo demuestra su creciente diversificación y ampliación a diferentes sectores de la sociedad, lo que contribuyó a que adquiriera un carácter masivo y por consiguiente que fuera respondiendo a todos los preferencias de los diversos grupos, ya no selectos como ocurrió en los orígenes de esta actividad, convirtiéndose el turista en un ente activo que se desplaza con una predisposición psicológica y mental determinada, en contraposición a determinados enfoques que lo sitúan como un ente pasivo, que abandona su ambiente habitual en búsqueda de nuevas sensaciones, con posturas consumistas y superficiales.

De acuerdo con Acerenza (1993), desde el punto de vista conceptual, el producto turístico no es más que un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista. Es en realidad, un producto compuesto que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: atractivos, facilidades y acceso.

Los cambios de comportamiento del turista actual como son su mayor espontaneidad, la necesidad de recibir tratamiento diferenciado, la necesidad de contacto con culturas nuevas y sus representantes, su nivel mayor de actividad, entre otros, matizan las tendencias actuales en la práctica del turismo.

Dentro de esta múltiple orientación se encuentra el turismo de naturaleza. Este tipo de turismo está experimentando un acelerado crecimiento a escala mundial donde nuestro país ha establecido cambios profundos en la explotación de los segmentos de la demanda turística, con elecciones de nuevos destinos alejados del turismo tradicional que ha venido desarrollando hasta el momento.

Por su parte el Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO, 2013), afirmó que, aunque la demanda de productos turísticos sustentables en México todavía es pequeña, se espera un crecimiento de 25% anual durante los próximos años. Por otra parte, el sobreprecio que los consumidores están dispuestos a pagar por sustentabilidad es pequeño. Según una encuesta realizada por el International Tourism Bourse (ITB), los turistas internacionales están dispuestos a pagar 1.5% adicional al precio por un viaje sustentable. Al mismo tiempo, debido a los ecoturistas y a un segmento de la población norteamericana definido como LOHAS (Lifestyle of health and sustainability. Estilo de vida sano y sustentable), por su fuerte inclinación a la sustentabilidad, crece la demanda por viajes sustentables.

Generalmente los atractivos turísticos de carácter natural y cultural se sitúan en lugares específicos, por lo que es posible lograr una asociación con otras actividades productivas, creando nuevas alternativas económicas que permitan diversificar la oferta turística existente como playas, ríos, montañas, monumentos históricos, fiestas, tradiciones, gastronomía, entre otros.

### **Metodología**

Existe una planeación interpretativa en la que se pretende programar y gestionar un producto patrimonial, que fomente el turismo cultural y de naturaleza, facilite una mayor accesibilidad a los testimonios culturales y naturales, contribuya a un satisfactorio uso social de estos por parte de todos los usuarios y genere beneficios sociales y económicos a la población local.

Para alcanzar los objetivos de cualquier iniciativa de estas características debe basarse en un proyecto organizado y planificado en el que, además de conocer los recursos patrimoniales, debe determinar cuáles son los intereses y motivaciones del público, recoger

las demandas de la población local y valorar los servicios turísticos disponibles. En su puesta en marcha deben tenerse presente los intereses y propuestas de los distintos sectores culturales y turísticos, públicos y privados, como protagonistas de su puesta en marcha y posterior desarrollo (Fernández, 2006).

### **Identificación de la demanda actual y potencial**

Para la identificación de la demanda actual y potencial, se diseñó la encuesta de tipo mixta como instrumento para la recolección de la información constituida por 18 reactivos entre opción múltiple, preguntas abiertas y de escala, la cual fue aplicada a 268 personas, las cuales fueron determinadas mediante un muestreo con los datos estadísticos de visitantes nacionales y extranjeros que visitaron el Estado de Nayarit con fines culturales y de naturaleza, tomados del INEGI;

Para calcular el tamaño de la muestra suele utilizarse la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 p * q * N}{Ne^2 + Z^2 * p * q}$$

Dónde:

$n = ?$

$N = 16,544$  visitantes

$p$  = Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0.5.

$q = 0.5$

$Z = 1.65$  para el 90%

$e$  = Límite aceptable de error 5%

Sustitución:

$$n = \frac{1.65^2 * 0.5 * 0.5 * 16,544}{16,544 * 0.05^2 + 1.65^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{2.7225 * 0.25 * 16,544}{41.36 + 0.68063} = 268$$

Dicha encuesta fue levantada en temporada alta (Julio-Agosto) por medio de un muestreo tipo aleatorio, dirigido a las personas que se identificaban como visitantes de Santiago Ixcuintla con la finalidad de conocer:

1. Perfil socioeconómico del visitante (edad, sexo, estado civil, ocupación, número y edades de los acompañantes).
2. Tipo de estancia (frecuencia, duración, motivo de viaje).
3. Planificación del viaje (medio de transporte, tipo de hospedaje).
4. Hábitos del uso del tiempo libre (que hace en sus días de descanso, lugares que visita, tiempo de permanencia, frecuencia de los lugares que visita y temporalidad).
5. Opinión del turista (grado de satisfacción con respecto a Santiago Ixcuintla y sugerencia e actividades).

## Resultados

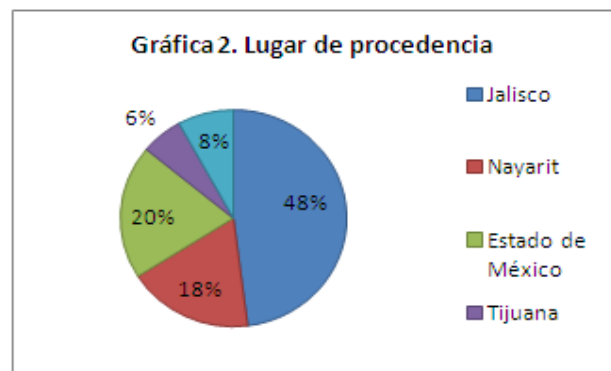
Después de haber realizado el análisis cuantitativo y cualitativo de la información recabada en las encuestas, se determinó que los rasgos principales de los visitantes actuales son:

Dentro de la información mayormente relevante pudimos identificar que, la mayoría de los visitantes son de nacionalidad mexicana procedentes principalmente del Estado de Jalisco, seguidos por el Estado de México.

Los visitantes extranjeros son originarios de Santiago Ixcuintla, emigrados a Estados Unidos por motivos laborales, mismos que en periodos vacacionales aprovechan para venir a visitar a sus familiares.



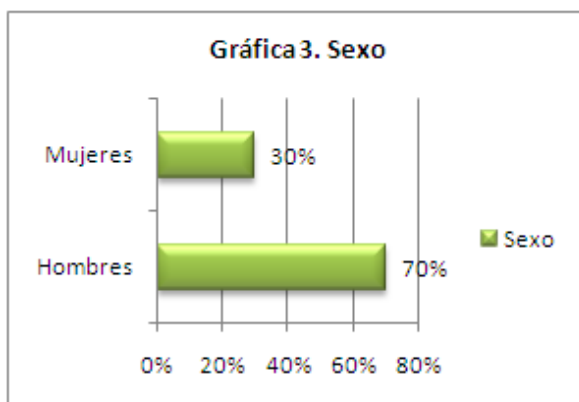
Fuente: elaboración propia



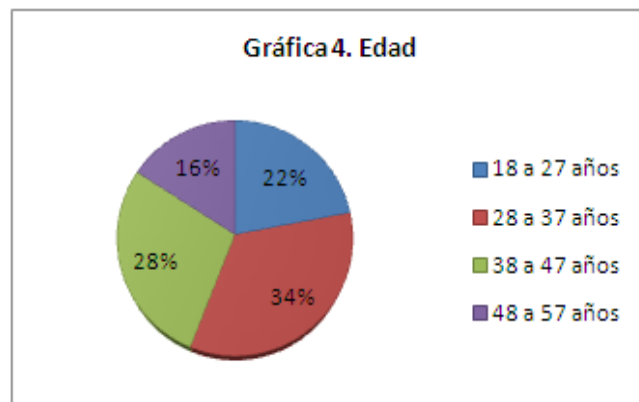
Fuente: elaboración propia

La mayoría de los encuestados fueron hombres y el rango de edades oscila los 28 a 37 años. El estado civil de la mayoría son casados, seguidos de los solteros. En lo que

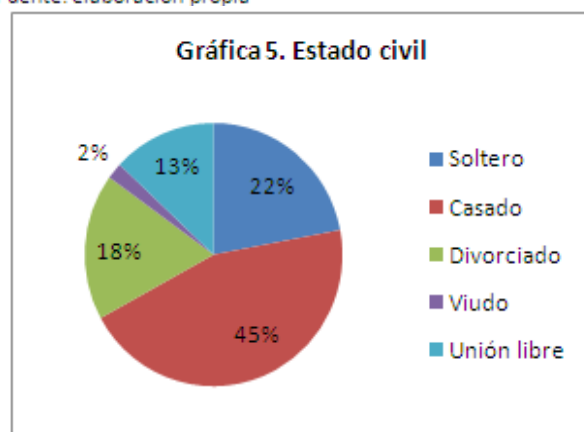
respecta su situación laboral, la mayoría son empleados con una percepción mensual que va de los 5 mil pesos a más mensuales.



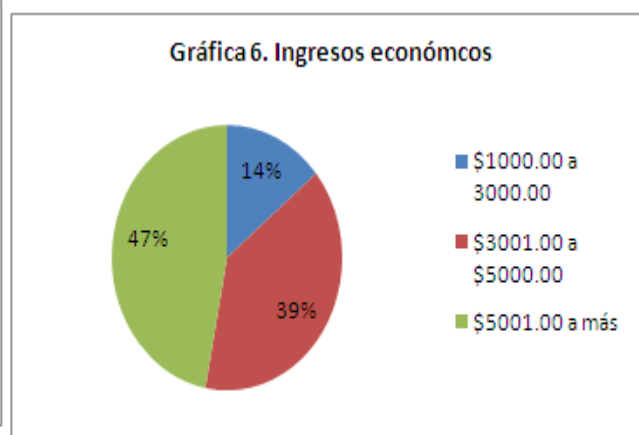
Fuente: elaboración propia



Fuente: elaboración propia

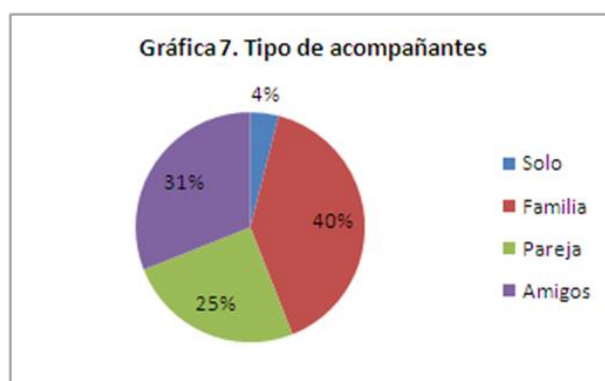


Fuente: elaboración propia



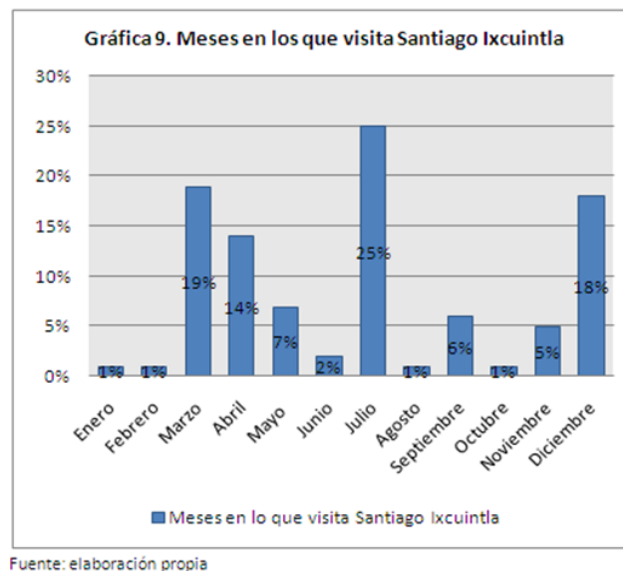
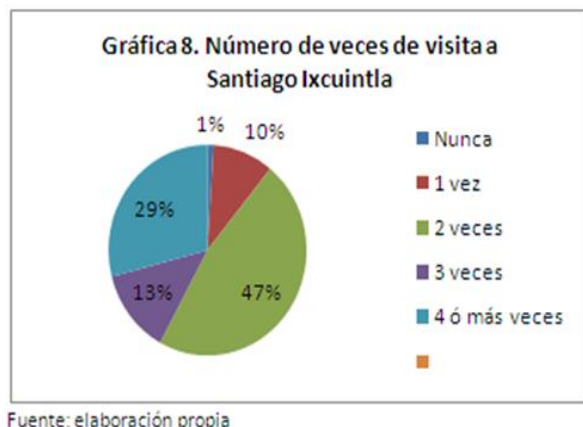
Fuente: elaboración propia

Su estilo de viajar para la mayoría es con familia y amigos, conformados mayormente de 4 a 6 integrantes de edades variadas que van desde los 4 a los 60 años, lo cual es un indicador de que el segmento de familia son considerados clientes potenciales.

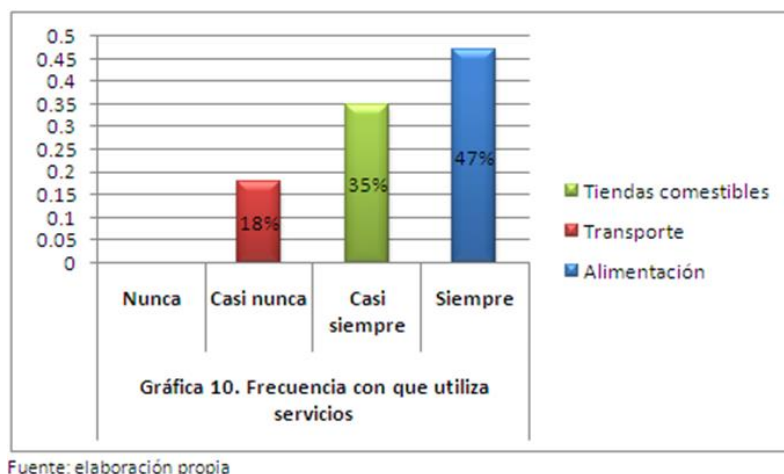


Fuente: elaboración propia

Los encuestados manifestaron mayormente que han visitados más de 2 veces Santiago Ixcuintla, principalmente en los meses de Marzo, Julio y Diciembre, lo cual representa una mayor afluencia de visitantes en las temporadas vacacionales, claro indicador que en dichos periodos se puede potencializar el desarrollo de la actividad turística. El medio de transporte más utilizado para desplazarse, es en vehículo propio.

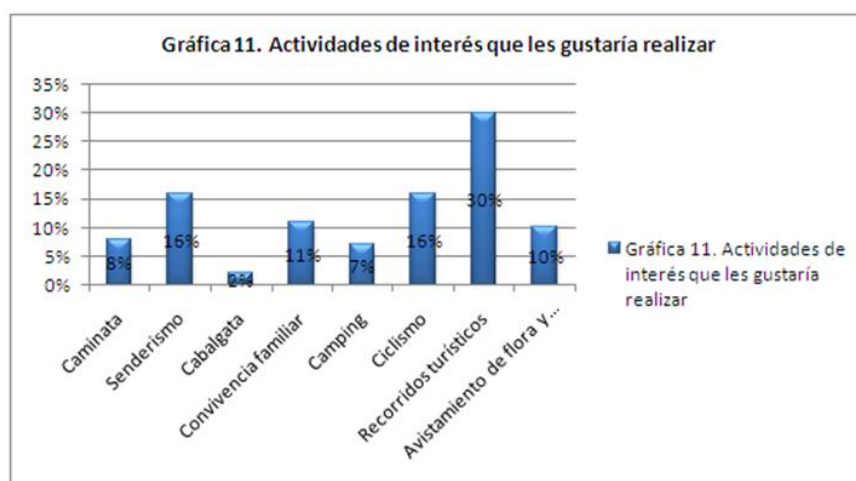


En la frecuencia con la que utilizan servicios, la mayoría usa servicios de alimentación, seguido por los servicios de tiendas comerciales y por último los servicios de transporte. Cabe señalar que un porcentaje mínimo usa el servicio de hospedaje, ya que la mayoría llegan con familiares.





La mayoría de los encuestados, coincidió en que les interesaría realizar actividades ecoturísticas y culturales, principalmente recorridos turísticos para conocer el patrimonio histórico de la ciudad y sus alrededores, seguido de los que prefieren practicar ciclismo, senderismo, avistamiento de flora y fauna y convivencias familiares. Asimismo manifestaron su interés por contar con espacios para eventos culturales y talleres de educación ambiental, para tener diversidad de actividades durante su estancia en el municipio.



Fuente: elaboración propia.

## Conclusiones

En Santiago Ixcuintla podemos encontrar sitios histórico-culturales, que al darles uso turístico servirá para tener algo diferente que ofrecer a los turistas, una experiencia única de nuestro municipio y que además no sólo nos permitirá conocer las riquezas con las que cuenta sino también poder divertirse en un entorno natural, de manera responsable.

Es destacable señalar que, la ubicación geográfica y sobre todo el valor de los atractivos culturales y naturales que existen en el Municipio, son una base fundamental para poder diseñar proyectos como la ruta ecoturística-cultural, que sin duda alguna aportará beneficios directos para potencializar la actividad turística y su desarrollo.

## **Bibliografía**

- Acerenza M. (1993). Promoción turística: Un enfoque metodológico. Editorial Trillas, México.
- Fernández Z. (2006). Turismo y patrimonio cultural. Diseño de un modelo: San Andrés de Jaén y su entorno urbano. Universidad de Jaén, España.
- Gutiérrez, A., Marceleno, S., Bojórquez, I., Soto, E. y Meza, E. (2013). Análisis del sector turístico como clave para la definición de estrategias de mitigación y adaptación al cambio climático en la costa de Nayarit, México.
- Instituto Mexicano para la Competitividad (2013). Nueva política turística para recuperar la competitividad del sector y detonar el desarrollo regional.
- Tourism Bourse (ITB). Tomado del Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO). Nueva política turística para recuperar la competitividad del sector y detonar el desarrollo regional, 2013.
- Secretaría de Turismo (2007) “Elementos para Evaluar el Impacto Económico, Social y Ambiental del Turismo de Naturaleza en México” CESTUR, Universidad Autónoma Metropolitana.
- Secretaría de Turismo. Primer Informe de labores 2013.